



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO
MEMORIAL DE PROJETO FINAL

ROTEIRO VEGANO
Um guia sem crueldade de Brasília

ELIS ANDRADE TANAJURA

Brasília - DF
Agosto de 2015

ELIS ANDRADE TANAJURA

ROTEIRO VEGANO

O guia sem crueldade de Brasília

Memorial descritivo do produto apresentado à
Universidade de Brasília como requisito
parcial para obtenção do título de bacharel
em Comunicação Social com habilitação em
Jornalismo.

Orientadora: Prof. Márcia Marques

Brasília - DF
Agosto de 2015

ELIS ANDRADE TANAJURA

ROTEIRO VEGANO

O guia sem crueldade de Brasília

Memorial descritivo do produto apresentado à
Universidade de Brasília como requisito
parcial para obtenção do título de bacharel
em Comunicação Social com habilitação em
Jornalismo.

Orientadora: Prof. Dr^a. Márcia Marques

BANCA EXAMINADORA

PROF. Dr^a. MÁRCIA MARQUES
ORIENTADORA

PROF. Dr^a. ELLEN CRISTINA GERALDES

PATRÍCIA CUNEGUNDES

Brasília - DF
Agosto de 2015

RESUMO:

Este é o memorial descrito do produto *Roteiro Vegano – O guia sem crueldade de Brasília*, realizado com o intuito de promover o vegetarianismo e o veganismo no Distrito Federal e incentivar a reflexão sobre a libertação animal e os direitos animais. O objetivo é criar um sítio eletrônico com guias e dicas para auxiliar brasilienses e turistas em Brasília veganos e vegetarianos, mas também experimentar a produção de reportagens, como uma forma de atrair esse público.

Palavras-chaves: jornalismo on-line, comunicação web, guia, veganismo.

Sumário

1. Introdução.....	6
2. Objetivos	8
3. Justificativa.....	9
4. Referencial Teórico	10
4.1 Veganismo.....	10
4.2 Comunicação on-line.....	12
4.2.1 Jornalismo na Internet.....	13
5. Metodologia	14
Cronograma	16
Considerações finais	17
Referências bibliográficas	18

1. Introdução

Nos últimos anos, percebe-se um crescimento no interesse da população brasileira por uma alimentação e um estilo de vida mais saudável. Segundo um estudo do Instituto brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope) sobre a América Latina, 89% dos brasileiros afirmam que mudariam seus hábitos alimentares¹. Nessa busca por saúde, muitos têm retirado ou diminuído o consumo diário de alimentos provenientes de animais. De acordo com pesquisa do Ibope, em 2013, 9% da população brasileira eram vegetarianos. O que equivalia há 17,5 milhões de pessoas.²

No Distrito Federal, ainda faltam pesquisas sobre o número de adeptos ao vegetarianismo, entretanto, estima-se que a capital federal está entre as cidades com maior número de vegetarianos do país.³ Apesar disso, moradores do DF que aderem a uma dieta sem carne encontram dificuldades para ter acesso a informações úteis sobre vegetarianismo na cidade, por exemplo, quais restaurantes e lojas oferecem produtos que não sejam de origem animal.

Para o público vegano, que não utiliza nenhum produto derivado de animal, como leite, queijo, ovos, mel, couro ou seda, a escassez de informação é ainda maior. Pensando nisso, a proposta é criar e alimentar um sítio eletrônico que aborde assuntos do interesse desse público por meio de reportagens, mas que também preste um serviço à população e sirva como um guia para adeptos e iniciantes no veganismo no Distrito Federal.

O site *Roteiro Vegano* é dividido em quatro partes. A seção *Primeiros Passos* explica o que é o veganismo, sua história no mundo e no Brasil, os principais motivos que levam as pessoas a aderirem a esse estilo de vida e as perguntas frequentes (FAQ).

A divisão *Guias* traz guias escritos colaborativamente, o primeiro de restaurantes e estabelecimentos que oferecem opção ou são veganos no DF, o segundo de produtos alimentícios, cosméticos e outros de origem vegetal e não testados em animais, além de disso a seção traz uma lista de profissionais (médicos, nutricionistas, tatuadores etc) que são vegetarianos e/ou utilizam materiais sem origem de animal em seus serviços, outra com feiras e mercados que oferecem produtos naturais, sugestões de organizações de direitos animais para engajamento no tema, assim como recomendações de eventos e cursos na área.

1

<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Brasileiros-sao-os-mais-predispostos-a-melhorar-os-habitos-alimentares-nas-Americas.aspx>. Consultado em 30/03/2015.

²http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/cidades/2015/02/08/interna_cidadesdf.470104/e-crescente-o-numero-de-pessoas-com-habitos-alimentares-que-excluem-a.shtml. Consultado em 30/03/2015.

³ <http://www.mapaveg.com.br/estatisticas>. Consultado em 30/03/2015.

A editoria *Caminhos* refere-se a reportagens sobre o veganismo na capital, incluindo temas relacionados a cultura, estilo de vida (cotidiano), economia, política, ativismo, saúde, nutrição, entre outros.

A última seção *Descubra* abrange indicações de leituras, documentários e outros sites sobre o tema.

2. Objetivos

2.1. Geral

Criar e alimentar um site que informe pessoas veganas, vegetarianas ou interessados no assunto, com foco no Distrito Federal, para suscitar o interesse pelo tema e gerar reflexão quanto à exploração de animais não-humanos.

2.2. Específico

- Pesquisar e produzir um guia de estabelecimentos com opção ou que sejam vegetarianos
- Coletar dados e formular um guia de produtos veganos, com local de venda e preço.
- Reunir informações de interesse do público vegano brasileiro.
- Escrever reportagens e notícias sobre assuntos que interessem ao público-alvo.

3. Justificativa

Ouvi falar sobre vegetarianismo pela primeira vez há dez anos. Dois amigos explicavam que não comiam mais carne desde um churrasco. Ali, em meio a um evento carnívoro, eles tinham percebido que o produto do qual se alimentavam tinha tido uma vida curta cujo o único objetivo era ser aniquilado e consumido. Esse foi o ponto crucial de mudança para a dupla. Para mim, cinco anos se passaram antes que eu pudesse realmente compreender a crueza que pode existir em um simples almoço.

Foi em Brasília que descobri o veganismo e desde então passei a explorar os cantos desconhecidos da cidade, em busca de uma refeição, um doce ou um simples desodorante que não tivesse ingredientes de origem animal.

A ideia do site surgiu da minha própria necessidade de informação e começou a ser desenvolvida com a observação da procura por dados por outros veganos. Como uma estudante de jornalismo, eu quero explorar histórias de pessoas vegetarianas e veganas e contá-las no formato de pequenas reportagens para suscitar o interesse do público, ao mesmo tempo, exercitando as capacidades de produção jornalística estudadas durante o curso.

Por fim, apesar do tema ser restrito a um público específico, o assunto é relevante para essa população pela escassez de fontes sobre a temática no Distrito Federal. Além disso, o site pode servir como uma fonte de inspiração e informação para quem ainda não aderiu a esse estilo de vida.

4. Referencial Teórico

As definições teóricas fundamentais para esse trabalho são a conceituação do tema do trabalho, o veganismo, e a compreensão da comunicação on-line e do jornalismo na Internet.

4.1. Veganismo

Desde tempo remotos existiram povos que se abstiveram de comer animais. Segundo Elaine de Azevedo (2013, p.282), na Grécia antiga, Pitágoras já propunha uma doutrina que impunha a seus seguidores a proposta do vegetarianismo.

Apesar do termo “vegetariano” só ter sido cunhado no século XIX, de acordo com Mayra Ferrigno (2012, p.20), no final do século anterior já se vislumbrava um movimento vegetariano articulado. Ao citar o historiador Keith Thomas, a autora lembra que “por volta de 1700, já contamos com todos os argumentos fundamentais [dos direitos animais] que depois se destacarão” (FERRIGNO, 2012, p. 21).

Segundo Ferrigno (2012, p.21), nessa época estudiosos ingleses defendiam que não era legítimo matar animais, a não ser por necessidade, e passaram a abandonar o consumo de carne.

Em 1843, é fundada na Inglaterra a British and Foreign Society for the Promotion of Humanity and Abstinence from Animal Food, que, de acordo com Ferrigno (2012, p.29), foi vista como uma iniciativa antecessora (uma influência direta ou indireta) da Sociedade Vegetariana da Grã-Bretanha (Vegetarian Society), que surge em 1847.

Segundo a autora (2012, p.30), foi só com a criação dessa organização que passou a ser usado o termo “vegetariano” para se referir a pessoas que não se alimentam de animais. Antes de Joseph Brotherton cunhar esse termo, os adeptos à dieta sem carne eram chamados de “pitagóricos”.

No Brasil, a primeira Sociedade Vegetariana de que se tem registro é de 1921 (FERRIGNO, 2012, p.41). Entretanto, a iniciativa acabou se extinguido e apenas em 2003, surge a Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB).

Apesar do termo “vegetarianismo” se referir a abstenção de animais na dieta, alguns vegetarianos, chamados ovolactovegetarianos, comem produtos de origem animal, como leite, ovos e mel, e outros são vegetarianos estritos e mantêm uma dieta baseada somente em grãos, frutas e verduras.

Por isso, em 1944⁴, Isie Shrigley e Donald Watson, fundadores da Vegan Society, criaram o termo “vegano” para se diferenciar daqueles que se alimentavam de derivados de leite e ovos. Os veganos entendem que a crueldade contra os animais

⁴ <http://www.vegansociety.com/sites/default/files/uploads/Ripened%20by%20human%20determination.pdf>. Acessado em 1 de julho de 2015.

não-humanos não se resume ao processo de produção da carne, mas também a fabricação dos laticínios.

Ferrigno (2012, p. 38) explica os argumentos utilizados:

(...) para a vaca confinada manter-se sempre em período de lactação, é preciso que esteja grávida. E para tanto, os bezerros que nascem já têm um destino prescrito: são enviados à indústria de carne. Assim, nos matadouros, o bezerro se torna o conhecido baby beef, uma carne considerada nobre – a carne de vitela. Assim, as indústrias de carne e laticínios estão indissociadas: uma subsidiando a outra. De acordo com esta constatação, tomar leite, segundo veganos, torna-se um problema análogo ao consumo de carne: no primeiro caso, “condena-se o bezerro” e, no segundo, a vaca.

Desde 1949, a Vegan Society passou também a ser contra qualquer tipo de exploração animal, seja para alimentação, vivissecção, caça, vestimentas ou trabalho. Em 1979, “veganismo” passa a ser definido, segundo a Vegan Society, como:

Uma filosofia e modo de vida que busca excluir —na medida do possível e praticável— todas as formas de exploração e de crueldade em relação aos animais, seja para comida, vestimenta ou qualquer outra finalidade; e, por extensão, promove o desenvolvimento e a utilização de alternativas sem animais para o benefício dos seres humanos, dos animais e do ambiente. Em termos dietéticos, denota a prática de dispensar todos os produtos derivados (total ou parcialmente) de animais.

Assim, o veganismo não se atém a uma forma de dieta, mas a um estilo de vida atrelado aos direitos animais. Para Peter Singer (2009), defensor da libertação animal e do veganismo, animais não-humanos e humanos são semelhantes. Portanto, segundo Singer (2009, p.9), a maior parte dos seres humanos são “especistas”, por considerarem o interesse de sua espécie superior de outras espécies.

No mundo urbano atual, é extremamente difícil ser totalmente vegano, pois como lembra Ferrigno (2012, p. 73), mesmo coisas simples, como pneus, podem conter derivados de animais. Entretanto, mais pessoas têm buscado um estilo de vida mais saudável e menos cruel.

De acordo com Azevedo (2013, p. 277), o vegetarianismo vem crescendo e ganhando mais adeptos. Segundo a revista eletrônica Vegetarian Times, 3,2% da população de adultos dos EUA são vegetarianos, sendo que 0,5% deles é vegano (AZEVEDO, 2012, p. 277). O Brasil tem pelo menos 8% de vegetarianos, segundo dados compilados pela União Vegetariana Europeia (AZEVEDO, 2012, p.277).

Rayza Campos (2008, p. 57) identifica que, em Brasília, o nicho vegano tem grandes possibilidades de crescimento. Segundo a autora, existe uma demanda por serviços e produtos voltados para esse público.

É nesse contexto que surge a necessidade de fontes de informação que tragam dados importantes para o dia-a-dia dos adeptos desse estilo de vida, mas também sirvam como base de inspiração e conhecimento para quem ainda não é vegano.

4.2. Comunicação on-line

Segundo Dênis de Moraes (2001), a evolução das tecnologias e o crescimento da Internet trouxe mudanças para a comunicação. Ele afirma que:

A imagem clássica dos aparelhos de divulgação no topo da pirâmide e dos receptores confinados na base está se rompendo na arquitetura dos espaços multipontuais da Web. Os sistemas computrônicos entrecruzam e dinamizam os traçados, maximizando intercâmbios entre produtores, emissores e receptores. Nas artérias labirínticas da Internet, os usuários têm a chance de assumir-se como atores comunicantes (...) (MORAES, 2001, p.68).

De acordo com Kovach e Rosenstiel (2003, p. 31), a principal finalidade do jornalismo é fornecer aos cidadãos as informações de que necessitam para serem livres e se autogovernar.

Com crescimento da Internet, os autores defendem que a tecnologia mudou a forma como os jornalistas cumprem essa função, mas que ela ainda persiste. Para Kovach e Rosenstiel, “o novo jornalista não decide mais o que o público deve saber. Ele ajuda o público a pôr ordem nas coisas (2003, p. 41).”

Assim, apesar de existirem diversas fontes de informação na Web e, como afirma Moraes (2001, p.70), “cada um é potencialmente emissor e receptor num espaço qualitativamente distinto do ciberespaço”, o jornalista ainda teria um papel importante social de trazer reflexões sobre os acontecimentos e checar a veracidade dos fatos.

Para Moraes (2001, p. 70), “os sites afiguram-se como infomídias interativas: estocam, processam e distribuem dados e imagens oriundos de diversos ramos do conhecimento.”

Considerando o conceito de rede de Castells (2003, p. 7), que a define como “um conjunto de nós interconectados”, a Internet possui um grande potencial de mobilização e inspiração de mudanças sociais.

Segundo Moraes (2003), as pessoas se agregam nessa rede de acordo com seus interesses e, por ser um ambiente tendencialmente interativo, cooperativo e descentralizado, a Internet introduz um componente criativo nas lutas sociais.

Organizações não-governamentais, associações profissionais, sindicatos e núcleos ativistas, ainda que eventualmente separados por estratégias e táticas de ação, descobrem no ciberespaço possibilidades de difundir suas reivindicações. (...) O que se busca é promover a disseminação de ideias e o máximo de intercâmbios. (p. 125)

Dessa forma, de acordo com Moraes, a organização em redes facilita a intercomunicação de indivíduos e agrupamentos heterogêneos que compartilham visões de mundo, sentimentos e desejos e “servem de estuários para a defesa de identidades culturais, a promoção de valores éticos e a democratização da esfera pública (MORAES, 2003, p. 127).”

Segundo Mark Briggs (2007, p. 48), o “conceito de Web 2.0 refere-se a uma fase da Internet onde comunidades motivadas e entusiasmadas podem agir conjuntamente, aumentando o valor e a importância de uma determinada página Web.”

Assim, surge o Crowdsourcing, que de acordo com Briggs é o “público como fonte de notícia ou conteúdos produzidos por usuários (2007, p. 48).” Para o autor, esse sistema reforça o “poder da comunidade gerando uma melhoria na base de serviços e de informação pública (BRIGGS, 2007, p. 48)”.

Nesse contexto, sites e portais de notícias podem usufruir do jornalismo colaborativo como uma forma de trazer mais interação com os usuários.

4.2.1 Jornalismo na Internet

O jornalismo on-line tem suas especificidades e oportunidades. De acordo com Paula Rocha (2005, p. 11), o desenvolvimento da tecnologia possibilitou a extensão de possibilidades de produção de conteúdo, captação de informações, edição de notícias, distribuição na rede e, de modo mais contundente, as opções de hipermídia.

Mark Briggs (2007, p. 43) também fala de avanços que podem ser utilizados no jornalismo on-line, por exemplo, a possibilidade de desenvolver bancos de dados (calendários, nascimentos, mortes, resultados de jogos) e adotar novos métodos de reportagem, como a participação do público e produção colaborativa.

Em relação a linguagem da Web, segundo Briggs (2007, p. 65), os textos devem ser escritos com leveza e energia, em um estilo coloquial, para atrair o leitor.

De acordo com Moraes (2001, p. 69), o hipertexto afigura-se “como um texto modular, lido de maneira não-sequencial, composto por fragmentos de informação, que compreendem *links* vinculados a nós”. Assim, “a partir da hipertextualidade, a Web põe a memória de tudo dentro da memória de todos, numa malha de um bilhão de páginas indexadas (MORAES, 2001, p.68).”

Outro recurso que a Internet permite, segundo Moraes (2001), é a utilização de imagens e sons. Pois, “a relação entre o discurso e outras expressões não-verbais flexibiliza e valoriza a estruturação dos textos. A articulação do discurso a imagens, mapas, diagramas e sons processa-se tão facilmente quanto sua ligação com outro fragmento verbal (MORAES, 2001, p.69).”

5. Metodologia

Este trabalho foi desenvolvido nas seguintes etapas: pesquisa e leitura bibliográfica; elaboração de projeto editorial, seguida de coleta de dados e escrita das reportagens e guias; e, simultaneamente, construção do site e escrita de memorial descritivo do trabalho.

5.1. Pesquisa

A primeira fase foi de pesquisa bibliográfica sobre os conceitos do tema que permeia toda a pesquisa - o veganismo - e da comunicação on-line. A delimitação desses conceitos permitiu a produção do site que procura atrair e informar o público.. A conceituação detalhada está no capítulo 4, Referencial Teórico. A pesquisa incluiu livros, artigos acadêmicos, sites, jornais, revistas e filmes.

A segunda etapa foi a pesquisa exploratória, com a análise de outros sítios eletrônicos sobre o tema a fim de encontrar características específicas e recorrentes que deveriam estar presentes no produto.

5.2. Produto

A metodologia de construção do produto surgiu a partir da observação da metodologia de pesquisa teórica, bibliográfica e exploratória. A análise dos conceitos relacionados ao produto serviu de base para a elaboração do projeto editorial e das seguintes etapas.

5.2.1 Elaboração de projeto editorial

Essa fase contou com a apreciação das características que envolvem a comunicação on-line e o jornalismo na Internet avaliadas durante a pesquisa exploratória.

A linguagem do projeto editorial escolhida foi a coloquial, retratada em textos curtos e atrativos, com intuito de instigar o público na Web.

As informações que deveriam conter nos guias e sugestões foram baseadas na necessidade desse público. Já as reportagens têm a intenção de manter o site em constante atualização

5.2.2 Definição de pautas

As pautas foram determinadas com base nas variadas sub-temáticas que permeiam o tema central, com o intuito de manter o público informado e interessado no site.

Lista de pautas pretendidas:

- Lançamento do livro “Acertos Abolicionistas”
- Tatuadoras veganas mostram sua arte
- Atletas respondem: mas, e a proteína?
- ONG lança primeira ambulância gratuita para cães e gatos
- Música com compaixão
- Mercado vegano cresce em Brasília

5.2.3 Construção do site

O espaço virtual foi criado para alojar o conteúdo pesquisado e as reportagens.

6. Cronograma

	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO
Pesquisa bibliográfica e exploratória				
Projeto editorial				
Escolha de pautas				
Construção do site				
Escrita da memória				
Apresentação à banca				

8. Considerações finais

A partir da percepção de uma lacuna tentei criar um site que atendesse às necessidades do público vegano brasileiro, mas também fosse interessante para outras pessoas.

Um dos desafios em elaborar o Roteiro Vegano foi dividir tempo entre as tarefas acumuladas, como criação dos guias e das reportagens, ao mesmo que aprendia a criar um site, com poucos conhecimentos de webdesigner.

Este produto não é o final. Pois, as reportagens contínuas têm o objetivo de mantê-lo vivo e atualizado.

Referências bibliográficas

- AZEVEDO, Elaine. Vegetarianismo. **Demetra: Alimentação, Nutrição e Saúde**, n.8, 2013.
Disponível em: <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/demetra/article/view/6609>>
Acesso em: 24 ago. 2015.
- BRIGGS, Mark. **Jornalismo 2.0: como sobreviver e prosperar**. Universidade de Maryland, 2007.
Disponível em: https://knightcenter.utexas.edu/Jornalismo_20.pdf. Acesso em: 24 ago. 2015.
- CAMPOS, Rayza. **Estudo prospectivo sobre a gastronomia e o mercado *vegan* de Brasília**. Pós-graduação - Centro de Excelência em Turismo. Universidade de Brasília, Brasília, 2008. Disponível em:
bdm.unb.br/bitstream/10483/422/1/2008_RayzaAlvesCampos.pdf
Acesso em: 24 ago. 2015.
- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro, Zahar, 2003.
- FERRIGNO, Mayra. **Veganismo e libertação animal: um estudo etnográfico**, 2012. Dissertação – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2012.
Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=000857463>
Acesso em: 24 ago. 2015
- MORAES, Dênis. **O concreto e o virtual: mídia, cultura e tecnologia**. Rio de Janeiro, DP&A, 2001.
- ROCHA, Paula. **Jornalismo on-line: um novo estilo de jornalismo na era da comunicação virtual?** Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005. Disponível em:
<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/156815839121204611474043023761868893523.pdf>. Acesso em: 24 ago. 2015
- SINGER, Peter. **Animal Liberation: The Definitive Classic of the Animal Movement**. Harper Perennial, 2009.